

Ausstellung „Dein starker Arm: Genossenschaft“

Genossenschaftswerbung
der Nachkriegszeit

Eine Sammlung historischer
Werbeplakate zusammengestellt
von Dr. Dirk Schindelbeck.



11. bis 28. November 2008

Volksbank Filiale Endingen
am Marktplatz 2

Öffnungszeiten: während der
normalen Geschäftszeiten



**Kaiserstühler
Volksbank**

Niederlassung der Volksbank Freiburg eG



„Dein starker Arm: Genossenschaft!“

Ausstellung
historischer Plakate
in der Kaiserstühler
Volksbank (Daten?)



**Kaiserstühler
Volksbank**

Niederlassung der Volksbank Freiburg eG

In der Frühzeit der Kreditgenossenschaftsbewegung im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts gab es noch keine Werbung für den Spargedanken – außer in den wenigen Sinnsprüchen („**Spare in der Zeit, so hast du in der Noth**“ u.a.), die in den Sparbüchern selbst abgedruckt wurden. Dies änderte sich 1924 nach der Inflation, in deren Folge große Teile der Bevölkerung ihre Ersparnisse verloren. Nun setzte eine intensive Werbung um die Sparstrümpfe ein, durch Werbefilme, Plakate und Anzeigen, vor allem vonseiten der Sparkassen betrieben. Die ländlichen und gewerblichen Kreditgenossenschaften zogen Mitte der dreißiger Jahre mit ähnlichen Aktionen nach. Der Raiffeisenverband setzte ab 1935 sein neu entwickeltes Logo der gekreuzten Pferdeköpfe („**Einer für alle, alle für einen**“) ein, das sich noch heute in rudimentärer Form im Gemeinschaftszeichen der Volksbanken/Raiffeisenbanken findet; ebenso wurden Emailschilder und Werbefilme produziert (1938: „**Alarm**“; 1942: „**Der Sparstrumpf**“).

Eine geordnete und koordinierte Werbetätigkeit vonseiten des Verbandes im öffentlichen Raum und in den (Presse-) Medien gibt es erst seit 1952. Von nun an wurden Plakate und anderes Werbematerial produziert, das an die einzelnen, etwa 2400 ländlichen Genossenschaften abgegeben wurde. Es ist ein Glücksfall, dass sich aus dieser Zeit eine Mappe von etwa 45 Motiven erhalten hat, von denen jedes einzelne ein zeitgeschichtliches Dokument darstellt und eine Geschichte erzählt – zwischen Kaltem Krieg und beginnendem Wirtschaftswunder.

Ihre zu Wort und Bild gewordenen Appelle lassen an Drastik wenig zu wünschen übrig, etwa wenn es heißt: „**Schädlinge fressen 1/5 der Ernte!**“ mit einem riesigen Monster-Käfer, der sich über ein Feld beugt, um sich die Ernte einzuverleiben – ähnlich der aus der zeitgenössischen Polit-Werbung bekannten furchteinflößenden Russenfratze über der Deutschland-Karte. Ebenso drastisch wird erfolgreiches Sparen sinnfällig gemacht, etwa wenn der stolze Radbesitzer an eislutschenden Kindern vorbeifährt: „**der hat gespart!**“

Das Bemühen, sich in die bäuerliche Mentalität einzufühlen und die Botschaft möglichst einfach und schlagkräftig zu formulieren, prägt die Plakate durchgängig. Wo immer es um die Mitgliedergewinnung für die Genossenschaft ging, wurde der bäuerliche Adressat mit schlichtem „Du“ angesprochen und im Befehlston aufgefordert: „Tritt ein!“ Dass man sich zuweilen an die kraftmeiernden Heldengestalten der Nazi-Zeit im Stile Arno Brekers erinnert fühlt, hat seinen Grund. Sowohl Fritz Kükenthal (1893 – 1974), als Werbegrafiker Preisträger bei einem Plakatwettbewerb anlässlich der Olympischen Spiele 1936 als auch Max Josef Bletschacher (1903 – 1972), bereits 1934 als Grafiker des Plakats zum Landesbauerntag hervorgetreten, waren beim Raiffeisen-Genossenschaftsverband seit langem im Geschäft. Diese beiden haben das Gros der Plakate geschaffen. Und so lassen sie noch 1953 ihre Helden heroisch den Arm für die Genossenschaft recken. Dies macht den besonderen Stellenwert dieser Plakate innerhalb der Geschichte der deutschen Werbung wenige Jahre nach dem Krieg aus, die freilich auch in anderen Wirtschaftsbereichen erst ganz allmählich den Anschluss an das internationale Niveau finden sollte.

Dirk Schindelbeck